

UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE – UNESC

CURSO DE SECRETARIADO EXECUTIVO

TAMARA CÓRNEO

**AVALIAÇÃO DO ATENDIMENTO AO CLIENTE NA EMPRESA URBANO
AGROINDUSTRIAL LTDA DE MELEIRO/SC**

CRICIÚMA

2014

TAMARA CÓRNEO

**AVALIAÇÃO DO ATENDIMENTO AO CLIENTE NA EMPRESA URBANO
AGROINDUSTRIAL LTDA DE MELEIRO/SC**

Projeto de Relatório de Estágio apresentado na disciplina Orientação do Projeto de Estágio no curso de Secretariado Executivo da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Orientadoras: Prof.^a Ma. Jucélia da Silva Abel

CRICIÚMA

2014

TAMARA CÓRNEO

**AVALIAÇÃO DO ATENDIMENTO AO CLIENTE NA EMPRESA URBANO
AGROINDUSTRIAL LTDA DE MELEIRO/SC**

Projeto de Relatório de Estágio apresentado na disciplina Orientação do Projeto de Estágio no curso de Secretariado Executivo da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Criciúma, 18 de novembro de 2014

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Jucélia da Silva Abel – Mestre – (Unesc) – Orientadora

Prof^a. Maria Cristina Keller Frutuoso – Mestre – (Unesc)

Prof^a. Nara Cristine Thomé Palácios Cechella – (Unesc)

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus, por me iluminar e me abençoar sempre, e por ter me dado uma família tão maravilhosa.

Aos meus pais, por sempre me apoiarem em todas as decisões da minha vida, e por terem me transformado nessa pessoa que hoje sou.

Às professoras Jucélia, Daniela e Nara, pelo apoio e por transmitir os seus conhecimentos da melhor maneira possível.

Às minhas amigas e colegas nessa trajetória da faculdade, Kamila e Mariele, por sempre estarem ao meu lado em todos os momentos que passamos nesses 4 anos de vida acadêmica.

Por fim, agradeço a todos aqueles que estiveram comigo e me ajudaram a crescer como pessoa e como profissional.

RESUMO

Este trabalho tem como finalidade analisar o grau de satisfação dos clientes quanto ao atendimento prestado na empresa Urbano Agroindustrial Ltda. O presente estudo baseou-se em uma pesquisa bibliográfica, com o propósito de destacar fatos sobre atendimento ao público nas organizações. Os objetivos da análise foram: levantar o número de clientes da empresa Urbano Agroindustrial Ltda, identificar o perfil de cada cliente e verificar como está o grau de satisfação no atendimento. Para a análise, foi aplicado um questionário com questões fechadas; a partir deste questionário, pôde-se observar algumas falhas no atendimento da empresa e sugeridas algumas melhorias, de acordo com a necessidade de cada cliente. Este estudo, portanto, destacou a importância de a qualidade estar presente no atendimento para que se tenha um cliente fiel e satisfeito.

Palavras-chave: Atendimento, Cliente, Satisfação.

RESUMEN

Este trabajo tiene como objetivo analizar el grado de satisfacción de los clientes con respecto a la atención recibida en la empresa Urbano Agroindustrial Ltda. El presente estudio se basó en una búsqueda en la literatura, con el propósito de resaltar los hechos acerca de la asistencia pública en las organizaciones. Los objetivos del análisis fueron: aumentar el número de clientes de la empresa Urbano Agroindustrial Ltda, para identificar el perfil de cada cliente y ver cómo es el grado de satisfacción en el servicio. Para el análisis, se utilizó un cuestionario con preguntas cerradas; a partir de este cuestionario, podemos observar algunas fallas en el servicio a la empresa y sugirió algunas mejoras, de acuerdo a las necesidades de cada cliente. Por tanto, este estudio puso de relieve la importancia de una atención de calidad para estar presente con el fin de tener un cliente leal y satisfecho.

Palabras-clave: Servicio, Cliente, Satisfacción.

ABSTRACT

This work aims to analyze the degree of customer satisfaction regarding the care provided in the company Urbano Agroindustrial Ltda. The present study was based on a literature search, the purpose of highlighting facts about public attendance in organizations. The objectives of the analysis were: raising the number of customers the company Urbano Agroindustrial Ltda, to identify the profile of each client and see how is the degree of satisfaction in service. For the analysis, a questionnaire with closed questions was used; from this questionnaire, we can observe some flaws in serving the company and suggested some improvements, according to the needs of each client. This study therefore highlighted the importance of quality care to be present in order to have a loyal and satisfied customer.

Keywords: Attendance, Customer, Satisfaction.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Sexo	15
Tabela 2: Qualidade no atendimento da recepção	16
Tabela 3: Qualidade no atendimento em domicílio	17
Tabela 4: Assistência Técnica.....	18
Tabela 5: Preços praticados.....	19
Tabela 6: Condições de pagamento.....	20
Tabela 7: Qualidade no atendimento da equipe de vendas	21
Tabela 8: Qualidade no atendimento dos vendedores externos	22
Tabela 9: Conhecimento do produto por parte dos vendedores.....	23
Tabela 10: Facilidade de contato com a empresa e retorno das informações	24
Tabela 11: Grau de satisfação da empresa em geral.....	25

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Sexo.....	15
Gráfico 2: Qualidade no atendimento da recepção	16
Gráfico 3: Qualidade no atendimento em domicílio	17
Gráfico 4: Assistência Técnica	18
Gráfico 5: Preços praticados	19
Gráfico 6: Condições de pagamento	20
Gráfico 7: Qualidade no atendimento da equipe de vendas.....	21
Gráfico 8: Qualidade no atendimento dos vendedores externos.....	22
Gráfico 9: Conhecimento do produto por parte dos vendedores	23
Gráfico 10: Facilidade de contato com a empresa e retorno das informações.....	24
Gráfico 11: Grau de satisfação da empresa em geral.....	25

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	3
1.1 DELIMITAÇÃO DO PROBLEMA.....	4
1.2 OBJETIVOS	4
1.2.1 Objetivo Geral	4
1.2.2 Objetivos Específicos	4
1.3 JUSTIFICATIVA	4
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	6
2.1 SECRETÁRIA E SUAS ATRIBUIÇÕES	6
2.2 ATENDIMENTO AO CLIENTE	7
2.2.1 Atendimento Telefônico.....	8
2.3 MANTENDO CLIENTES	9
3 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA.....	11
3.1 AMBIENTE DE TRABALHO.....	11
4 METODOLOGIA	12
4.1 TIPOS DE PESQUISA	12
4.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA.....	12
4.2.1 População	12
4.2.2 Amostra.....	13
4.2.3 Análise Estatística.....	13
4.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	14
5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS.....	15
5.1 SEXO	15
5.2 QUALIDADE NO ATENDIMENTO DA RECEPÇÃO	16
5.3 QUALIDADE NO ATENDIMENTO EM DOMICÍLIO	17
5.4 ASSISTÊNCIA TÉCNICA.....	18
5.5 PREÇOS PRATICADOS.....	19
5.6 CONDIÇÕES DE PAGAMENTO.....	20
5.7 QUALIDADE NO ATENDIMENTO DA EQUIPE DE VENDAS	21
5.8 QUALIDADE NO ATENDIMENTO DOS VENDEDORES EXTERNOS.....	22
5.9 CONHECIMENTO DO PRODUTO POR PARTE DOS VENDEDORES	23

5.10 FACILIDADE DE CONTATO COM A EMPRESA E RETORNO DAS INFORMAÇÕES.....	24
5.11 SEU GRAU DE SATISFAÇÃO DA EMPRESA EM GERAL	25
5.12 ANÁLISE DOS DADOS.....	26
5 CONCLUSÃO	27
APÊNDICES	29

1 INTRODUÇÃO

O presente projeto refere-se ao estágio obrigatório do curso de graduação em Secretariado Executivo da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC, que tem como finalidade verificar o grau de satisfação dos clientes de uma empresa privada, quanto ao atendimento prestado pelos seus colaboradores. Neste caso, o órgão privado a ser analisado é a empresa Urbano Agroindustrial Ltda de Meleiro, SC. A estagiária desenvolveu o seu trabalho em conjunto com a recepcionista.

A competência de uma secretária não se refere somente à capacidade de lidar com papéis e objetos materiais, mas também com sua habilidade de lidar com pessoas (MEDEIROS e HERNANDES, 1999). Vimos que cabe a uma secretária a função de atendimento ao cliente.

Em qualquer tipo de empresa, o atendimento é extremamente importante para o bom funcionamento, pois sem os clientes, a empresa não poderá vender o seu produto ou prestar o seu serviço e um bom atendimento resultará na satisfação do cliente, que é um dos principais objetivos nas organizações. As secretárias e recepcionistas também são responsáveis por este trabalho, que deve ser sempre com educação e muita simpatia.

Este projeto apresenta no primeiro capítulo, a delimitação do problema evidenciado durante o estágio na empresa Urbano Agroindustrial Ltda, seguido dos objetivos a que se propõe alcançar. Adiante, apresenta-se a justificativa do trabalho na qual mostra que a empresa precisa de melhorias em seu atendimento.

O segundo capítulo mostra a fundamentação teórica que dará embasamento ao estudo, temas como: secretária e suas funções, tipos de atendimento e comunicação, os quais mostram a melhor forma de atendimento em uma empresa.

O terceiro capítulo mostra a caracterização da empresa, bem como os serviços que ela oferece, sua localização e as atividades desenvolvidas pela estagiária. No quarto capítulo, encontra-se a metodologia que será utilizada no presente estudo, a fim de alcançar os objetivos propostos.

No quinto capítulo, encontra-se a análise e apresentação dos dados e no sexto e último capítulo, encontra-se a conclusão deste trabalho.

1.1 DELIMITAÇÃO DO PROBLEMA

A empresa Urbano Agroindustrial Ltda desenvolve o trabalho de beneficiamento de arroz e os produtos são distribuídos para todo o Brasil. Na empresa, a maioria de pessoas atendidas é de produtores rurais e motoristas que fazem o transporte do produto em questão. Durante o estágio, pôde-se observar que, principalmente, em época de safra, o atendimento fica debilitado, uma vez que apenas uma pessoa faz o atendimento presencial e telefônico, portanto, faz-se necessário saber: qual o grau de satisfação, durante a época de safra, no atendimento prestado pela empresa Urbano Agroindustrial Ltda?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Analisar o grau de satisfação, durante a época de safra, dos clientes da empresa Urbano Agroindustrial Ltda.

1.2.2 Objetivos Específicos

- a) Levantar o número de clientes da empresa Urbano Agroindustrial Ltda;
- b) Identificar o perfil dos clientes;
- c) Verificar o grau de satisfação no atendimento durante a época de safra.

1.3 JUSTIFICATIVA

A empresa desenvolve o trabalho com os produtores que vendem o seu arroz e com os motoristas que fazem o transporte do mesmo. Sabendo disso, é de extrema importância o bom atendimento, não bastando ser rápido e agradável, mas efetivo no que diz respeito à resolução das questões e dúvidas trazidas.

Sempre que um cliente procura pela empresa, tanto por telefone como pessoalmente, ele busca uma solução rápida para sua dúvida. Não bastando ser um

atendimento eficaz na resolução do problema, o atendimento também tem que ser agradável e que deixe o cliente totalmente satisfeito.

Sendo assim, o profissional que faz o atendimento precisa estar altamente capacitado para lidar com todos os tipos de dúvida que podem ser trazidas, procurando sempre colocar em primeiro lugar o bom atendimento e a satisfação do cliente.

Este estudo é de extrema importância para a empresa e também para a acadêmica, pois, com esta análise, poderá ser feita uma proposta de mudança no atendimento da empresa, fazendo com que isso melhore muito o atendimento durante a época de safra.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo fundamentará o estudo sobre atendimento ao público, como: secretária e suas funções, comunicação, atendimento ao público, atendimento telefônico, entre outros temas importantes para o desenvolvimento do relatório de estágio.

Os autores que deram embasamento teórico para análise do problema foram: João Bosco Medeiros, Sonia Hernandez, Edmundo Brandão Dantas, Maria Margarida de Andrade, entre outros.

2.1 SECRETÁRIA E SUAS ATRIBUIÇÕES

Nos tempos atuais, o cargo de secretária executiva vem mudando muito a cada dia, cada vez mais são atribuídas funções para o profissional de secretariado.

As funções de uma secretária não se resumem no perfeito desempenho de suas tarefas. Sua posição proporciona-lhe certa liderança, e ela deverá conquistar, mediante esforço de participação, simpatia e cordialidade, a cooperação espontânea do grupo. (MEDEIROS e HERNANDES, 2004, p. 25)

São muitas as atribuições de uma secretária, dentre elas estão: realizar todos os tipos de serviços no escritório; redigir cartas, memorandos, documentos de toda a espécie; organizar a mesa e a agenda do executivo; atender ao executivo; atender telefonemas e responder e-mails; secretariar reuniões; elaborar atas, dentre outras atividades.

Dentro de uma empresa, uma das principais qualidades desejáveis da secretária é sua capacidade de relacionar-se bem com executivos, auxiliares, colegas, visitantes. Em suma, é necessário promover boas relações no escritório. (MEDEIROS e HERNANDES, 2004, p. 18)

Dentre as funções da secretária, também está presente o atendimento ao público, um fator fundamental para o bom funcionamento da empresa, porém, ela só será capaz de realizar esta atividade se manifestar interesse e gostar de atender os

clientes, para obter êxito em sua função, a secretária precisa estar muito bem treinada e capacitada.

O tratamento inicial dispensado à visita ou ao cliente de sua empresa é um ponto essencial na criação de boas relações externas, tanto do ponto de vista pessoal como empresarial. (MEDEIROS e HERNANDES, 2004, p. 290)

Desta forma, cabe à secretária a função de recepcionar e atender com muita simpatia e educação, tanto o executivo, quanto os clientes e visitantes da empresa, pois um bom atendimento pode ser a chave do sucesso de uma empresa.

2.2 ATENDIMENTO AO CLIENTE

As atividades de uma empresa são compostas por vários procedimentos que são essenciais para alcançar todos os resultados e objetivos. No mercado atual, o atendimento ao cliente pode ser o grande diferencial, grande parte das empresas tem como seu objetivo a satisfação do cliente.

De acordo com a visão clássica, o atendimento ao cliente consiste no fornecimento e reparo de produtos, acompanhado pelo comportamento amigável da parte dos prestadores de serviços. (DANTAS, 2004, p. 31)

O bom atendimento ao cliente pode ser avaliado como a chave para o sucesso profissional. Devido ao fato de hoje em dia o mercado de trabalho estar cada vez mais exigente e competitivo, os profissionais que realizam o atendimento precisam cada vez mais estar bem treinados e capacitados para exercer tal função. Tratar bem os clientes é uma obrigação que todo profissional de atendimento deve ter, o bom ou mau atendimento ao cliente pode levar uma empresa ao sucesso e ao fracasso. Não adianta uma empresa investir muito em produto e tecnologia avançada e na hora do contato com o cliente não houver um bom atendimento. O profissional que atuar na área de atendimento, além de estar capacitado, precisa também, conhecer muito bem o seu cliente, gostar de atender pessoas, saber responder todas as perguntas e dúvidas que o cliente tem, já que seu compromisso

é o de atender bem, a fim de satisfazer todas as necessidades do cliente. O bom atendimento é de extrema importância para o funcionamento da empresa.

O atendimento ao público é uma atividade relativamente simples, mas que se torna complexa pelo fato de se estar lidando com seres humanos que, ao procurar a empresa ou organização, já vêm com uma expectativa formada, Como, aliás, toda interação humana. (DANTAS, 2004, p. 75).

Vimos também que:

O atendimento ao cliente é a ponta de todo planejamento de marketing, quer dizer, tudo o que se planeja em termos de marketing visa um bom atendimento. Ao atender bem, a empresa terá seus lucros garantidos pela satisfação das necessidades e anseios de sua clientela, com uma consequente imagem de seriedade e solidez junto a seu mercado. (DANTAS, 2004, p. 32).

O atendimento, então, deve ser de qualidade não só na recepção, mas, em todos os setores da empresa ou instituição, pois todos os colaboradores estão sujeitos a lidar com o público que necessite da sua ajuda ou informação. Portanto, a qualidade no atendimento deve estar presente em qualquer situação, seja no atendimento, feito pessoalmente, seja durante uma chamada telefônica.

2.2.1 Atendimento Telefônico

O atendimento telefônico é muito utilizado em todos os tipos de empresa, pois é um método de fácil utilização, que soluciona rapidamente o problema ou dúvida do cliente, uma vez que o telefone é um rápido meio de comunicação. O bom atendimento telefônico dependerá de vários princípios básicos como: cortesia, tranquilidade, atenção, modulação da voz (MEDEIROS e HERNANDES, 2004).

O aparelho telefônico não é só utilizado para atender os clientes de fora da empresa, mas também, para os colaboradores se comunicarem entre si.

Saber usar o aparelho telefônico, portanto, é uma habilidade indispensável à secretária. Se você souber utilizá-lo com eficiência, além de economizar dinheiro com ligações inúteis, inconvenientes e demoradas, transmitirá imagem positiva de sua empresa. (MEDEIROS e HERNANDES, 2004, p.151).

Para um bom atendimento telefônico, é fundamental falar com clareza, ser educado e sempre ser simpático, é preciso saber ouvir o que a outra pessoa está dizendo, sem nenhum tipo de interrupção, demonstrando-lhe o máximo de atenção possível. É importante que a ligação não seja muito prolongada, pois pode haver outras ligações aguardando na linha para serem atendidas.

Falar com calma e distintamente exige dedicação e treino na pronúncia das palavras, Falar rapidamente ou muito devagar é desagradável. A monotonia no tom da voz provoca desgaste no receptor; a variação do volume da voz, no entanto, desperta interesse no interlocutor; a ênfase nas palavras importantes, repetindo-as ou usando pausas, também é técnica indispensável. (MEDEIROS e HERNANDES, 2004, p. 152).

Hoje em dia, tudo gira em torno de um objetivo: “agradar ao cliente”. O atendimento telefônico não tem que ser, apenas, um atendimento com cortesia, o profissional que estiver trabalhando com este tipo de atendimento, além de tudo, terá que saber lidar com possíveis situações de conflitos e reclamações, visando sempre, a excelência no atendimento para a mais fidelização dos clientes.

Desta forma, para que o atendimento seja de qualidade e que satisfaça o cliente, é preciso conhecer o perfil das pessoas que usufruem do serviço de atendimento, tanto pessoalmente quanto por telefone, é preciso transmitir as informações de maneira clara e objetiva e que deixe o cliente totalmente satisfeito.

2.3 MANTENDO CLIENTES

Muitas empresas hoje em dia estão preocupadas em conseguir novos clientes, mas, acabam se esquecendo dos seus clientes antigos. Fidelizar os seus clientes é muito mais importante do que conseguir novos. Nos dias de hoje, ter um novo produto inovador, não é mais suficiente para se obter sucesso em uma empresa. Se a empresa deseja conseguir novos clientes, é fundamental que ela não se esqueça dos clientes que já possui.

Manter bons clientes deveria ser tão natural para uma empresa quanto respirar para seres humanos. Entretanto, muitas organizações se encontram tão voltadas para o esforço de atrair novos clientes que acabam não investindo recursos na preservação dos relacionamentos pós-venda, de

longa duração. Além disso, muitos fornecedores são incapazes de identificar seus clientes mais lucrativos e deste modo perdem a oportunidade de gerar os maiores lucros a longo prazo. (SHAPIRO e SVIOKLA, 1994)

O mais importante para a empresa é que o cliente volta a comprar os seus produtos ou serviços. Para manter os seus clientes antigos, o colaborador precisa conhecer cada um e também saber se diferenciar dos demais colaboradores que existem no mercado de trabalho, manter o cliente bem informado após a compra é uma ótima estratégia de marketing pós-venda.

Um cliente satisfeito com o serviço de uma empresa, acaba sendo uma estratégia de marketing também, pois com certeza este cliente falará bem do atendimento ou serviço da empresa para um amigo ou conhecido, fazendo assim, surgir a fidelização de um cliente e o surgimento de vários outros novos, a fidelização de clientes deve torna-se uma das missões da empresa.

Um cliente “perdido” poderá ser difícil e dispendioso para ser recuperado; em alguns casos torna-se necessário esperar o tempo de uma geração de compradores, antes que a conta perdida volte a apresentar potencial para novas vendas. Todavia, muitas empresas agem como se sua base de potenciais clientes fosse infinita. A empresa voltada para o cliente trata-o como uma valiosa matéria-prima, que precisa ser cultivada, para que benefícios possam ser obtidos a longo prazo. Ao mesmo tempo, o íntimo conhecimento do mercado ajuda as organizações a escolher a melhor base de contas: “A decisão estratégica mais importante é a escolha dos clientes importantes”. (SHAPIRO e SVIOKLA, 1994, p. 2)

Portanto, para que aconteça a fidelização do cliente, é necessário saber suas necessidades e desejos, vimos que o cliente deve ser sempre colocado em primeiro lugar, fazendo assim, com que este sempre venha a procura da empresa quando precisar.

3 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

A empresa Urbano Agroindustrial Ltda está situada na Rodovia SC 449 Km 01, na cidade de Meleiro, Santa Catarina. Foi fundada por Urbano Franzner, em 1952, na cidade de Jaraguá do Sul, localizada ao norte de Santa Catarina.

A empresa atua no beneficiamento de arroz, feijão e macarrão de arroz. Sua matriz está localizada na cidade de Jaraguá do Sul/SC, com filiais nas cidades de São Gabriel/RS, Meleiro/SC, Sinop/MT, Pouso Redondo/SC, Cabo de Santo Agostinho/PE, Guarulhos/SP e Ponta Grossa/PR, ocupando 90 mil m² de área construída e com mais de 850 colaboradores diretos. Com tecnologia de última geração, suas unidades podem produzir mais de 45 mil toneladas de alimentos por mês e armazenar mais de 320 mil toneladas de arroz em casca e feijão.

3.1 AMBIENTE DE TRABALHO

As atividades do estágio foram realizadas na recepção da empresa Urbano Agroindustrial, localizada na Rodovia SC 449 Km 01, Meleiro – SC, e as atividades desenvolvidas no estágio foram:

- a) Recepção de todas as pessoas que chegam na empresa, ou seja, os produtores e os motoristas do produto;
- b) Atendimento telefônico;
- c) Arquivamento de notas fiscais do produto que chega na empresa;
- d) Envio e recebimento de e-mails.

4 METODOLOGIA

Neste capítulo, serão apresentados os procedimentos metodológicos utilizados na pesquisa com os clientes da empresa Urbano Agroindustrial Ltda, com o objetivo de identificar quais serão os métodos utilizados para alcançar o objetivo da pesquisa.

Metodologia é o conjunto de métodos ou caminhos que são percorridos na busca do conhecimento. (ANDRADE, 2001, p. 129)

A metodologia é a forma pela qual se chega ao objetivo da pesquisa.

4.1 TIPOS DE PESQUISA

A pesquisa tem natureza básica, baseando-se em conhecimentos novos,

A abordagem é qualitativa, esta pesquisa parte do fundamento de que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito. Quanto aos objetivos, são descritivos, ou seja, descrevem as características de determinada população, fenômeno ou estabelecimento de relações entre variáveis.

São inúmeros os estudos que podem ser classificados sob este título e uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário e a observação sistemática. (GIL, 2002, p. 42)

Os procedimentos técnicos utilizados são bibliográficos e de levantamento.

A pesquisa bibliográfica utiliza livros e outros documentos bibliográficos e a pesquisa de levantamento procura informações para conhecer o comportamento de um grupo de pessoas.

4.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA

4.2.1 População

A população estudada refere-se a 200 agricultores que venderam o seu arroz para a empresa no primeiro semestre de 2014.

4.2.2 Amostra

Para cálculo do tamanho mínimo da amostra, será utilizada a fórmula proposta por Barbetta (2007), $n_o = 1/E_o^2$, em que E_o refere-se ao erro amostral máximo tolerável pelo pesquisador, nesse caso, 5% e n_o trata-se da primeira aproximação do tamanho da amostra que assim resultará em 400 produtores rurais.

$$n_o = 1/E_o^2 \implies 1/0,05^2 = 400$$

Em seguida, foi realizada a correção da fórmula apresentada inicialmente, por meio da expressão $n = (N \times n_o) / (N + n_o)$, em que N corresponde ao tamanho da população em estudo, 200 produtores, e n refere-se ao tamanho mínimo da amostra a ser coletada, que resultou em 134 produtores.

$$n = (N \times n_o) / (N + n_o) \implies (200 \times 400) / (200 + 400) \cong 133,33 \cong 134$$

4.2.3 Análise Estatística

A análise estatística será realizada com auxílio do software IBM Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), versão 22.0. O nível de significância adotado será $\alpha = 0,05$ e o intervalo de confiança de 95%.

As variáveis quantitativas serão expressas por meio de médias e desvio padrão ou mediana e amplitude interquartil. As variáveis qualitativas serão apresentadas em frequências e porcentagens. As variáveis quantitativas serão investigadas quanto a normalidade de sua distribuição por meio do teste Shapiro-Wilk.

A investigação da diferença entre as proporções das variáveis qualitativas encontradas entre cadastros no crediário e a vista será realizada por meio do teste qui-quadrado de Pearson.

A comparação da média de idade, peso e estatura entre cadastros de crediário e a vista será realizada por meio do teste t de Student para amostras

independentes precedido dos testes de Shapiro-Wilk e Levene.

4.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

A coleta de dados foi aplicada no mês de agosto de 2014, através de um questionário de perguntas, que conta com dez perguntas fechadas.

5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Neste capítulo, serão apresentados os dados colhidos pela pesquisadora, por meio do questionário aplicado, seguindo com a análise do mesmo, para melhor compreensão e entendimento da proposta.

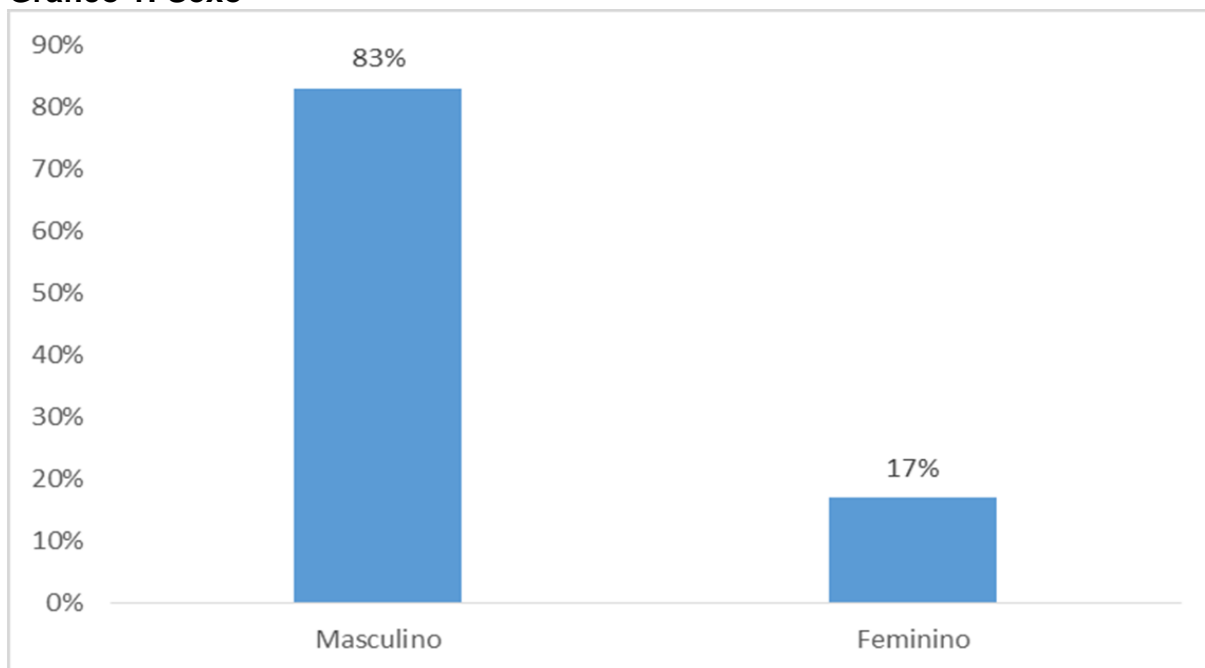
5.1 SEXO

Tabela 1: Sexo

ALTERNATIVA	CLIENTES	PERCENTUAL
Masculino	93	83%
Feminino	19	17%
TOTAL	112	100%

Fonte: da pesquisadora.

Gráfico 1: Sexo



Fonte: da pesquisadora.

Os dados demonstram que os clientes que mais frequentam a empresa são do sexo masculino, com um percentual de 83% dos entrevistados.

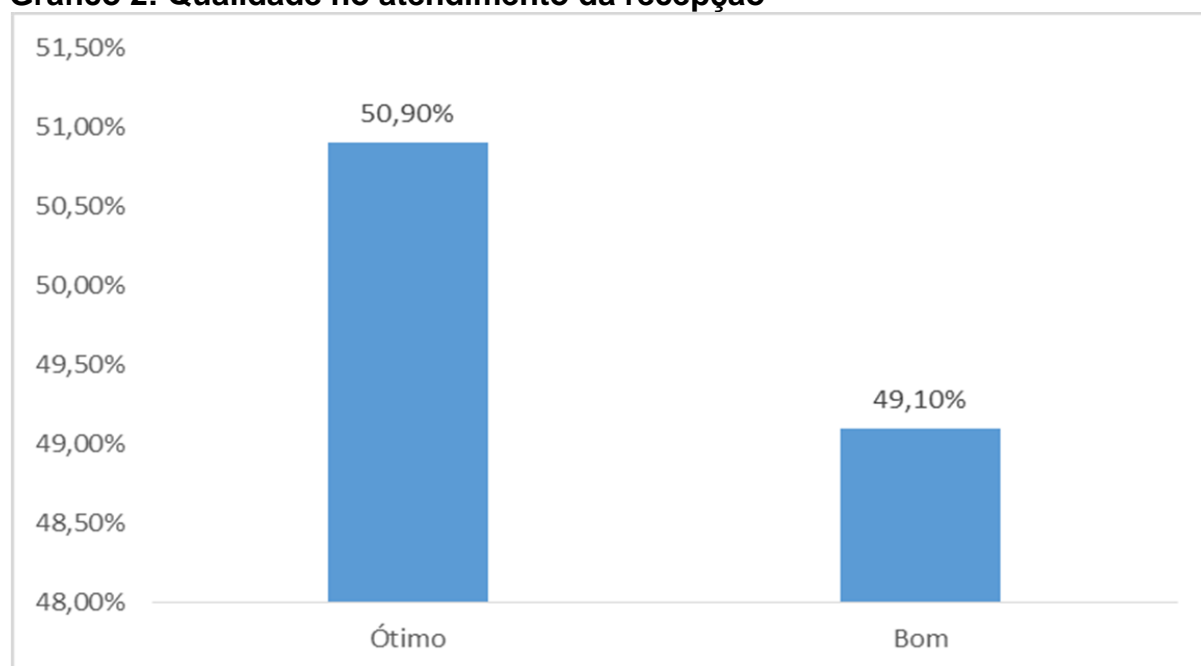
5.2 QUALIDADE NO ATENDIMENTO DA RECEPÇÃO

Tabela 2: Qualidade no atendimento da recepção

ALTERNATIVA	CLIENTES	PERCENTUAL
Ótimo	57	50,9%
Bom	55	49,1%
TOTAL	112	100%

Fonte: da pesquisadora.

Gráfico 2: Qualidade no atendimento da recepção



Fonte: da pesquisadora.

Ao serem questionados sobre o atendimento prestado na recepção da empresa, 50,9% dos entrevistados julgaram que o atendimento prestado é Ótimo, seguido de 49,1%, que disseram ser Bom. Ou seja, todos os clientes estão satisfeitos com o atendimento prestado pela recepção.

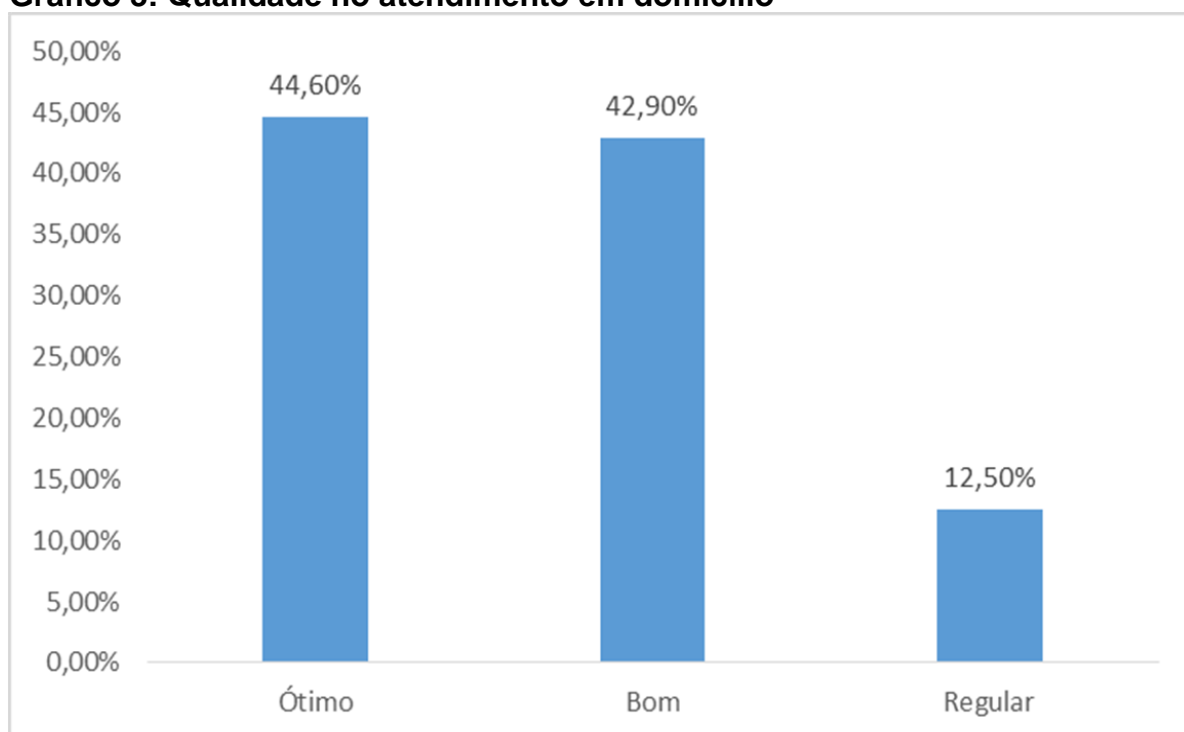
5.3 QUALIDADE NO ATENDIMENTO EM DOMICÍLIO

Tabela 3: Qualidade no atendimento em domicílio

ALTERNATIVA	CLIENTES	PERCENTUAL
Ótimo	50	44,6%
Bom	48	42,9%
Regular	14	12,5%
TOTAL	112	100%

Fonte: da pesquisadora.

Gráfico 3: Qualidade no atendimento em domicílio



Fonte: da pesquisadora.

Ao serem questionados sobre o atendimento em domicílio, 44,6% dos entrevistados julgaram que o atendimento prestado é Ótimo, 42,9% disseram ser Bom e 12,5% julgaram ser Regular. Ou seja, nenhum dos clientes apontou o atendimento Ruim.

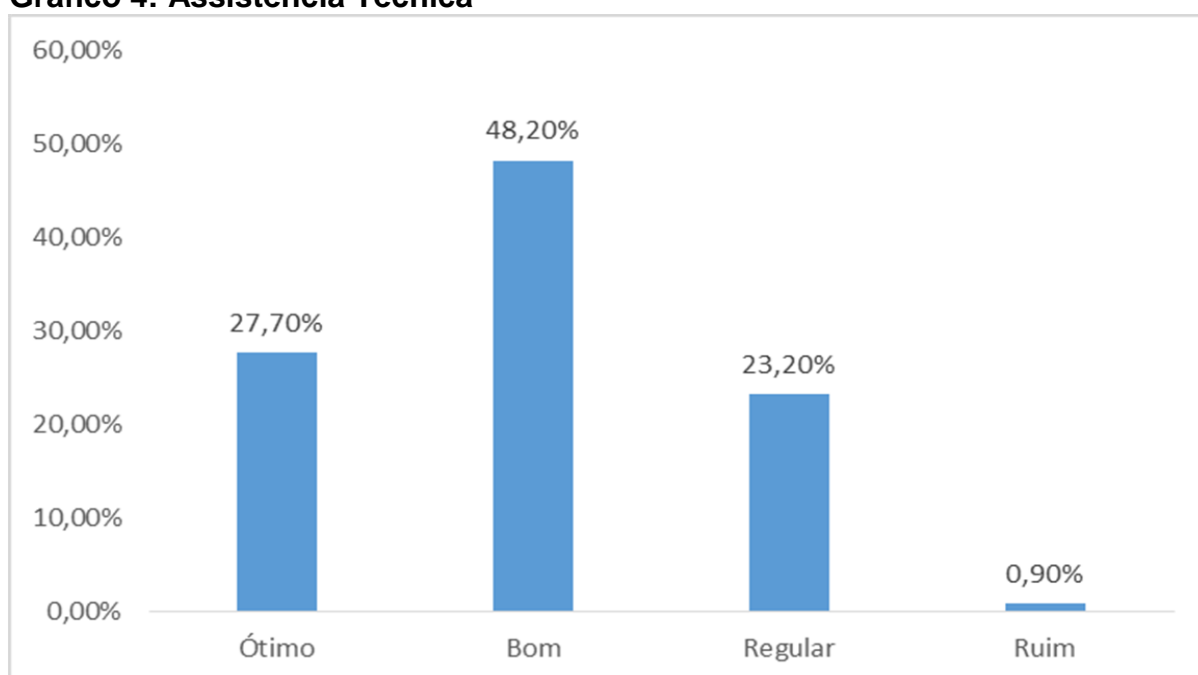
5.4 ASSISTÊNCIA TÉCNICA

Tabela 4: Assistência Técnica

ALTERNATIVA	CLIENTES	PERCENTUAL
Ótimo	31	27,7%
Bom	54	48,2%
Regular	26	23,2%
Ruim	1	0,9%
TOTAL	112	100%

Fonte: da pesquisadora.

Gráfico 4: Assistência Técnica



Fonte: da pesquisadora.

Percebeu-se que 27,7% dos entrevistados consideram a assistência técnica Ótima; 48,2% consideram Boa; 23,2% consideram Regular e 0,9% Ruim. Ou seja, alguns clientes estão insatisfeitos com a assistência técnica da empresa.

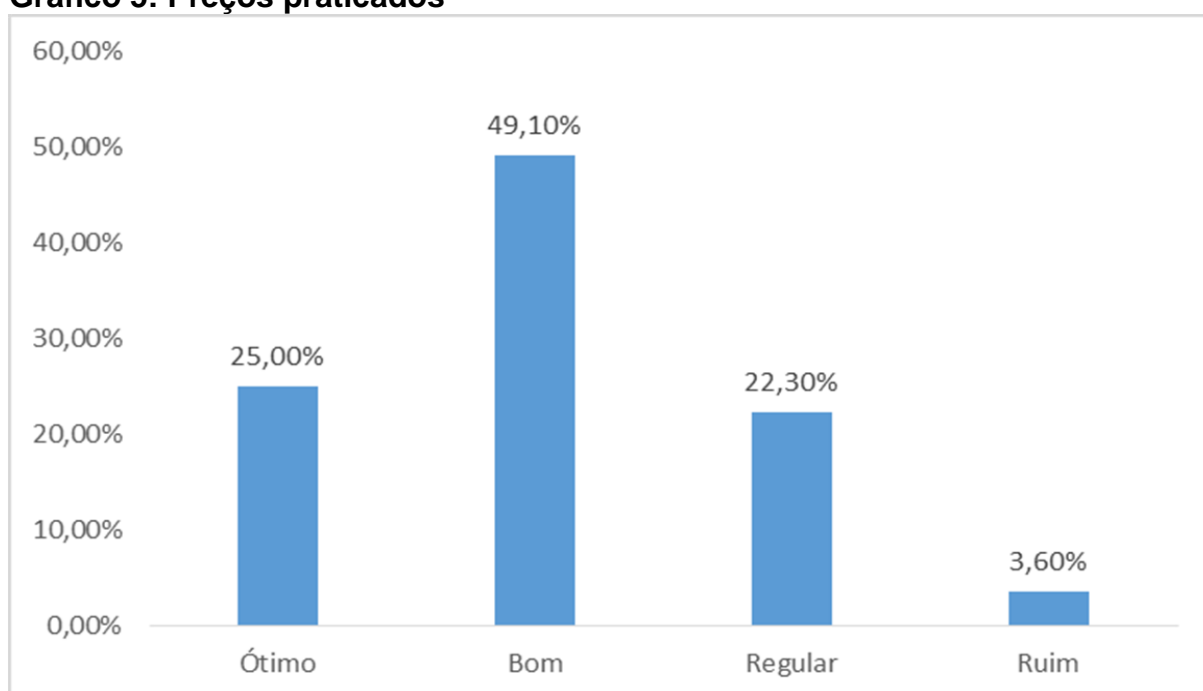
5.5 PREÇOS PRATICADOS

Tabela 5: Preços praticados

ALTERNATIVA	CLIENTES	PERCENTUAL
Ótimo	28	25%
Bom	55	49,1%
Regular	25	22,3%
Ruim	4	3,6%
TOTAL	112	100%

Fonte: da pesquisadora.

Gráfico 5: Preços praticados



Fonte: da pesquisadora.

Constatou-se que, quando questionados sobre os preços praticados pela empresa, 25% dos clientes consideram ser preços Ótimos; 49,1% consideram Bom; 22,3% Regular e 3,6% consideram Ruim. Percebe-se que há alguns clientes descontentes com os preços praticados pela empresa.

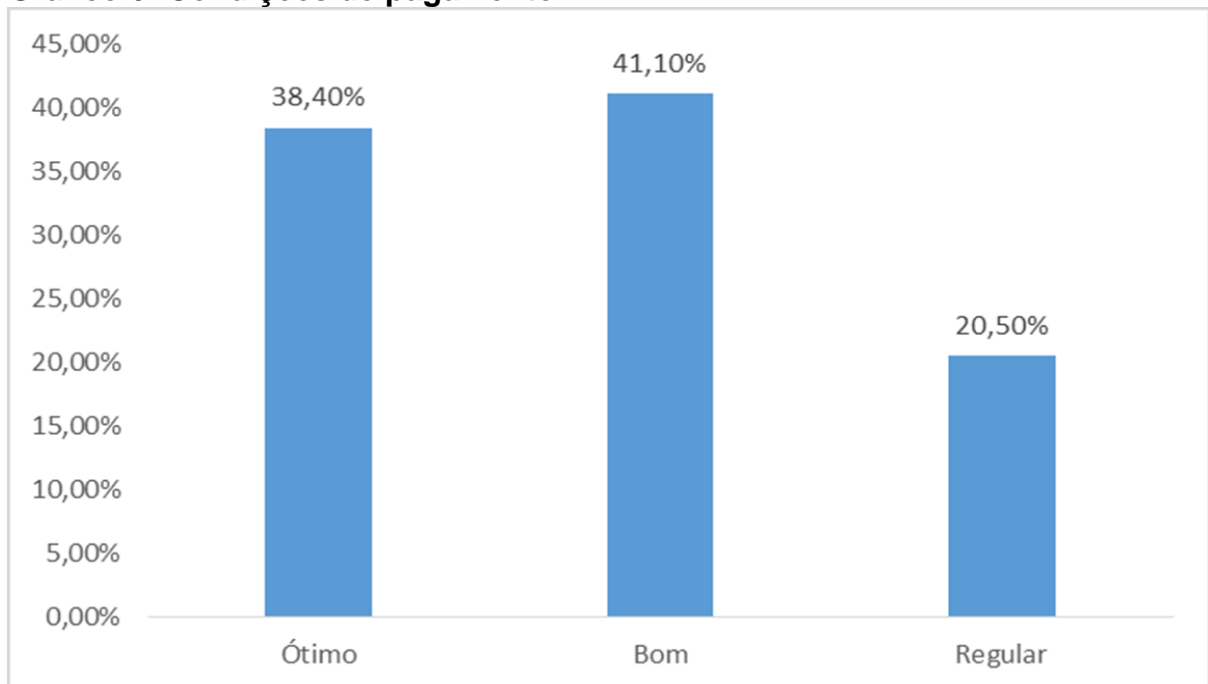
5.6 CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

Tabela 6: Condições de Pagamento

ALTERNATIVA	CLIENTES	PERCENTUAL
Ótimo	43	38,4%
Bom	46	41,1%
Regular	23	20,5%
TOTAL	112	100%

Fonte: da pesquisadora.

Gráfico 6: Condições de pagamento



Fonte: da pesquisadora.

Ao serem questionados sobre as condições de pagamento da empresa, 38,4% dos entrevistados consideraram Ótimo; 41,1% Bom e 20,5% Regular. Ou seja, nenhum dos entrevistados considerou as condições de pagamento ruins.

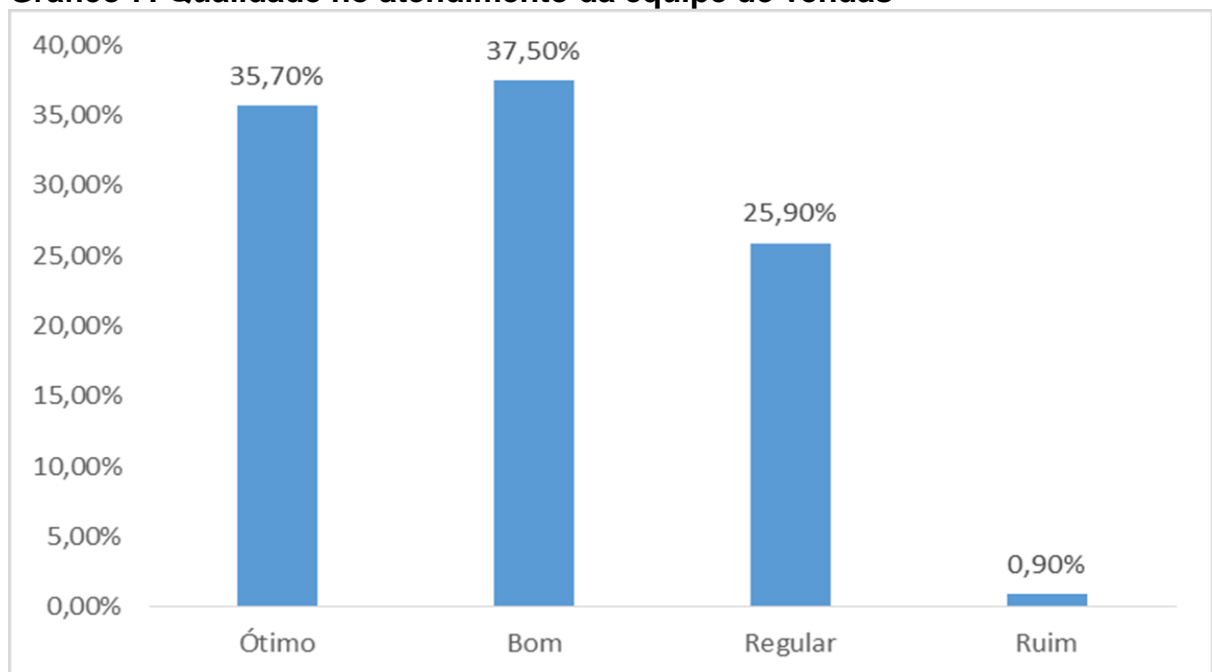
5.7 QUALIDADE NO ATENDIMENTO DA EQUIPE DE VENDAS

Tabela 7: Qualidade no atendimento da equipe de vendas

ALTERNATIVA	CLIENTES	PERCENTUAL
Ótimo	40	35,7%
Bom	42	37,5%
Regular	29	25,9%
Ruim	1	0,9%
TOTAL	112	100%

Fonte: da pesquisadora.

Gráfico 7: Qualidade no atendimento da equipe de vendas



Fonte: da pesquisadora.

Ao perguntar sobre a qualidade no atendimento da equipe de vendas, 35,7% disseram ser Ótimo; 37,5% disseram ser Bom; 25,9% Regular e 0,9% Ruim. Ou seja, alguns clientes estão insatisfeitos com o atendimento da equipe de vendas.

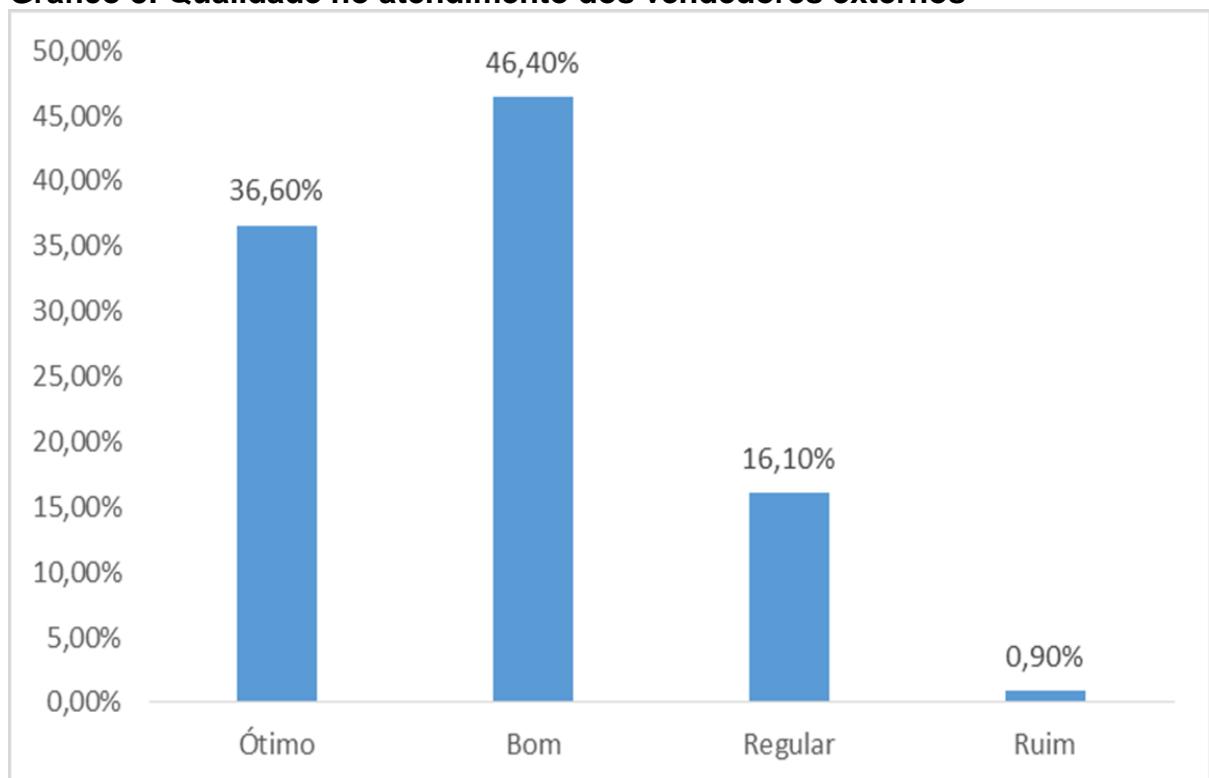
5.8 QUALIDADE NO ATENDIMENTO DOS VENDEDORES EXTERNOS

Tabela 8: Qualidade no atendimento dos vendedores externos

ALTERNATIVA	CLIENTES	PERCENTUAL
Ótimo	41	36,6%
Bom	52	46,4%
Regular	18	16,1%
Ruim	1	0,9%
TOTAL	112	100%

Fonte: da pesquisadora.

Gráfico 8: Qualidade no atendimento dos vendedores externos



Fonte: da pesquisadora.

Ao serem perguntados sobre a qualidade no atendimento dos vendedores externos, 36,6% dos clientes disseram ser um atendimento Ótimo; 46,4% Bom; 16,1% Regular e 0,9% Ruim. Segundo a resposta dos entrevistados, percebeu-se que há algumas falhas no atendimento dos vendedores externos e alguns pontos que precisam ser melhorados.

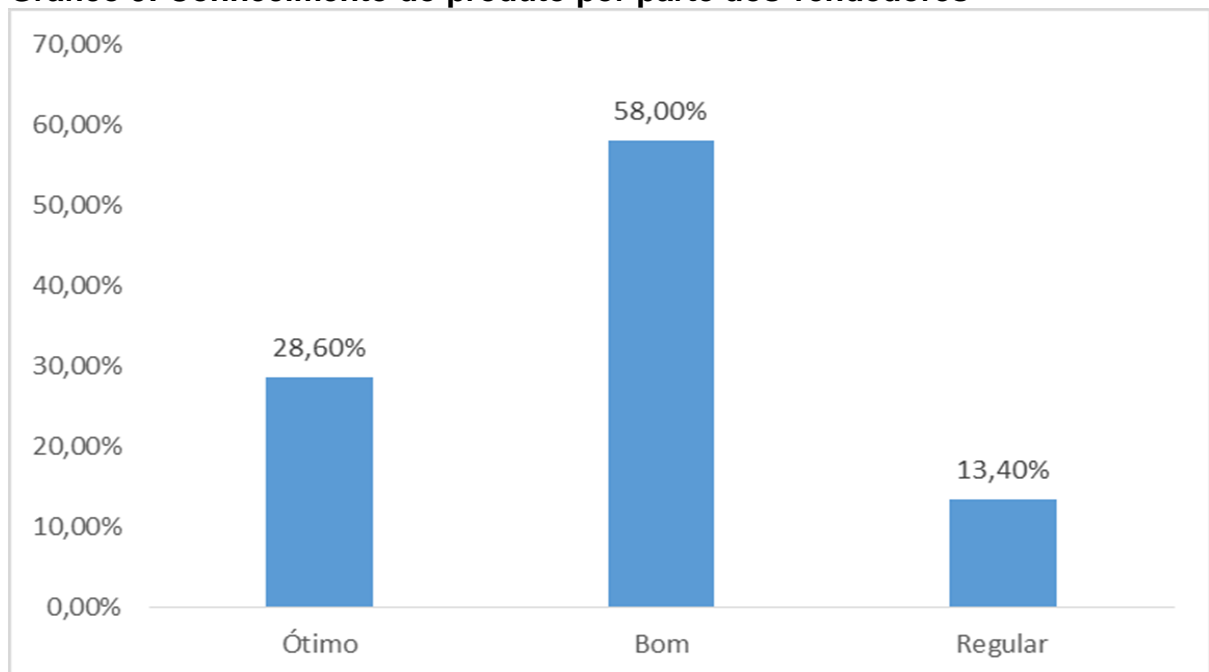
5.9 CONHECIMENTO DO PRODUTO POR PARTE DOS VENDEDORES

Tabela 9: Conhecimento do produto por parte dos vendedores

ALTERNATIVA	CLIENTES	PERCENTUAL
Ótimo	32	28,6%
Bom	65	58%
Regular	15	13,4%
TOTAL	112	100%

Fonte: da pesquisadora.

Gráfico 9: Conhecimento do produto por parte dos vendedores



Fonte: da pesquisadora.

Ao perguntar sobre o conhecimento do produto por parte dos vendedores, 28,6% disseram ser Ótimo; 58% disseram ser Bom e 13,4% Regular. Ou seja, todos os clientes entrevistados acham que os vendedores conhecem bem o produto em questão.

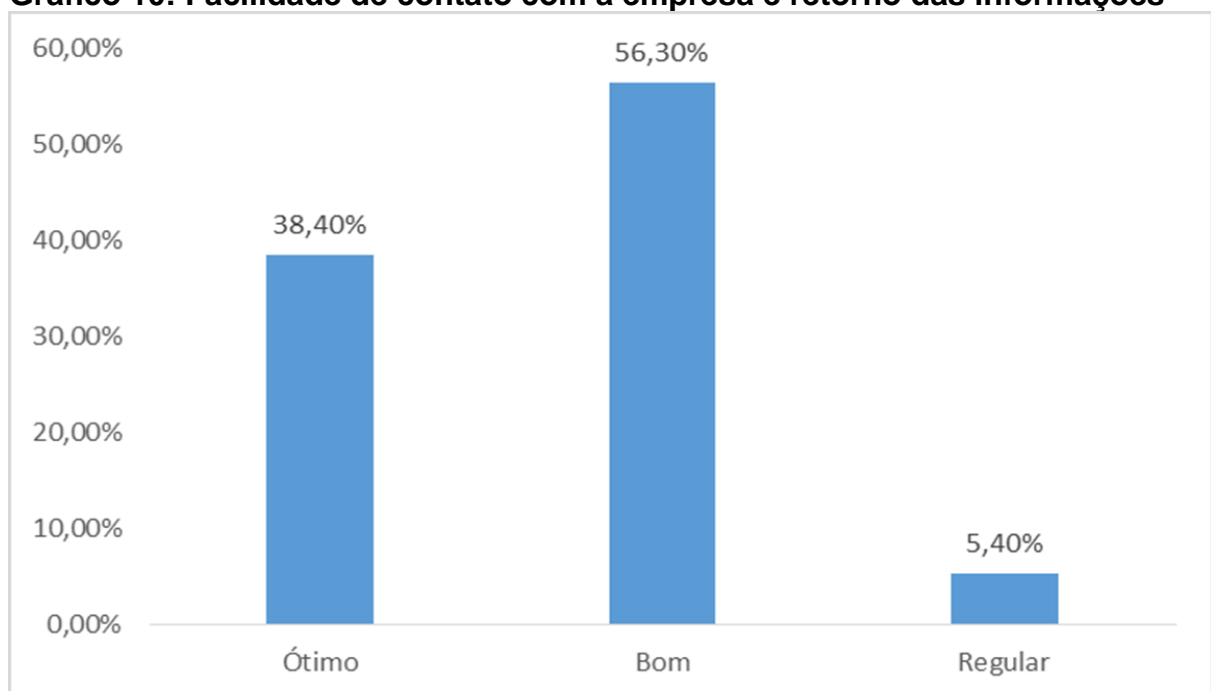
5.10 FACILIDADE DE CONTATO COM A EMPRESA E RETORNO DAS INFORMAÇÕES

Tabela 10: Facilidade de contato com a empresa e retorno das informações

ALTERNATIVA	CLIENTES	PERCENTUAL
Ótimo	43	38,4%
Bom	63	56,3%
Regular	6	5,4%
TOTAL	112	100%

Fonte: da pesquisadora.

Gráfico 10: Facilidade de contato com a empresa e retorno das informações



Fonte: da pesquisadora.

Ao perguntar sobre a facilidade de contato com a empresa e retorno das informações, 38,4% disseram ser Ótimo; 56,3% disseram ser Bom; 5,4% disseram ser Regular. Ou seja, todos estão satisfeitos neste quesito.

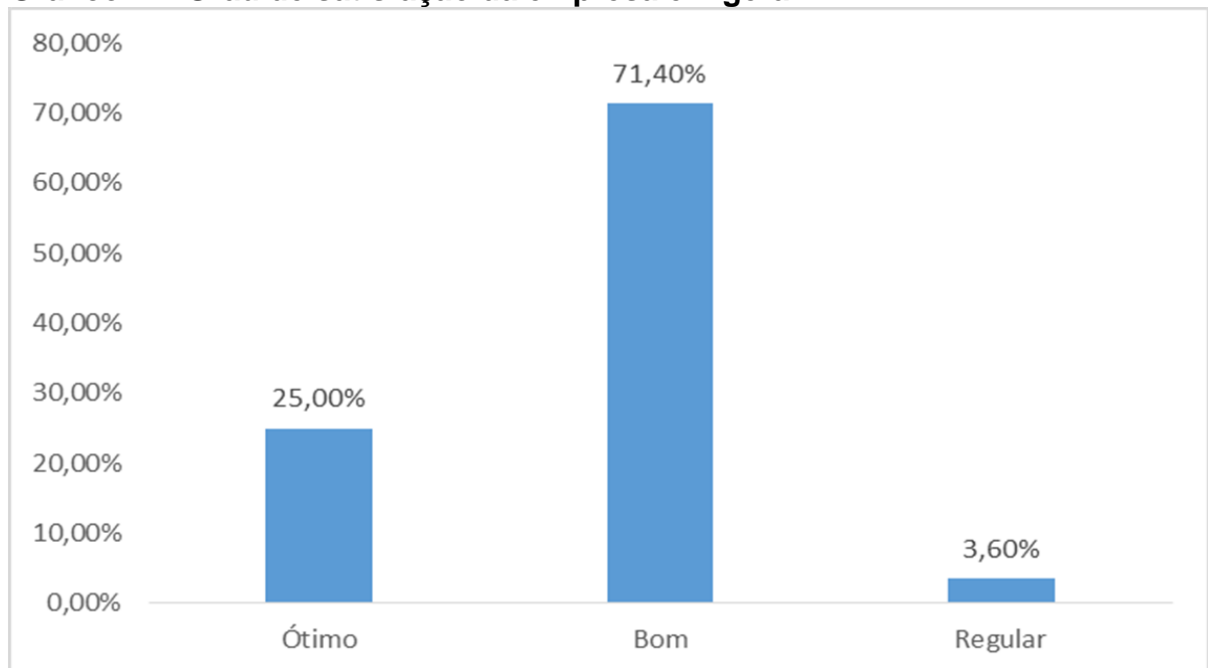
5.11 SEU GRAU DE SATISFAÇÃO DA EMPRESA EM GERAL

Tabela 11: Grau de satisfação da empresa em geral

ALTERNATIVA	CLIENTES	PERCENTUAL
Ótimo	28	25%
Bom	80	71,4%
Regular	4	3,6%
TOTAL	112	100%

Fonte: da pesquisadora.

Gráfico 11: Grau de satisfação da empresa em geral



Fonte: da pesquisadora.

Ao serem perguntados sobre o grau de satisfação da empresa em geral, 25% dos clientes disseram ser Ótimo; 71,4% Bom e 3,6% Regular. Segundo a resposta dos entrevistados, percebeu-se que a empresa em geral, está satisfazendo seus clientes.

5.12 ANÁLISE DOS DADOS

Este estudo buscou analisar a qualidade no atendimento da empresa em questão, no decorrer deste trabalho foram citados alguns autores, e, tendo como base as suas teorias, provou-se a importância de um atendimento de qualidade nas empresas.

Analisando os dados, pode-se perceber que existem algumas falhas quanto a assistência técnica, os preços praticados, a qualidade no atendimento da equipe de vendas e a qualidade no atendimento dos vendedores externos.

Quanto aos preços praticados, a empresa poderia fazer uma pesquisa com todos os colaboradores e fornecedores, tentando encontrar uma maneira que os clientes e a empresa fiquem satisfeitos com os preços do produto em questão.

Quanto à assistência técnica, a qualidade no atendimento da equipe de vendas e qualidade no atendimento dos vendedores externos, a empresa poderia contribuir fornecendo um treinamento para seus colaboradores, assim, aperfeiçoando e fornecendo um atendimento de melhor qualidade para seus clientes.

Quanto ao grau de satisfação da empresa em geral, o resultado foi positivo, pois todos os entrevistados disseram estar satisfeitos com a empresa.

O atendimento de qualidade é fator fundamental para a fidelização de seus clientes antigos e para a conquista de novos clientes.

5 CONCLUSÃO

O presente relatório teve como objetivo analisar o grau de satisfação dos clientes que frequentam a empresa Urbano Agroindustrial Ltda, quanto ao atendimento prestado pela empresa.

No decorrer do trabalho, foram citados alguns autores e, levando em base as suas teorias, mostrou-se o quanto é importante ter um treinamento e uma equipe qualificada em atendimento.

Para complementar este estudo, foi elaborado um questionário, que serviu para coletar todas as informações sobre atendimento geral na empresa. O questionário contava com dez perguntas fechadas, e foi aplicado nos meses de agosto e setembro de dois mil e quatorze. Depois de feita a análise dos dados respondidos, pôde-se perceber que a maioria dos clientes entrevistados estavam satisfeitos com o atendimento prestado pela empresa.

No decorrer deste trabalho foi visto que as empresas que focam seus objetivos no bom atendimento, são as que têm maior sucesso profissional e as que mais se destacam no mercado.

Vimos que, fica claro que o cliente estar satisfeito é essencial nos dias de hoje, tanto em empresas grandes, como em empresas de pequeno porte. A fidelização dos seus clientes antigos também é muito importante, pois clientes antigos trazem clientes novos.

Então, para as empresas que desejam permanecer por muito tempo no mercado, é de extrema importância o bom atendimento e o respeito com os clientes, de forma geral.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Margarida de. **Introdução à Metodologia do Trabalho Científico:** elaboração de trabalhos na graduação. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2001. 174 p.

DANTAS, Edmundo Brandão. **Atendimento ao Público nas Organizações:** quando o marketing de serviços mostra a cara. Brasília: Senac, DF, 2004. 172 p.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. 175 p.

MEDEIROS, João Bosco; HERNANDES, Sonia. **Manual da Secretária.** 7.ed e 9. ed. São Paulo: Atlas, 1999. 337 p.

SHAPIRO, Benson P.; SVIOKLA, John J. **Mantendo Clientes.** São Paulo: Makron Books, 1994. 420 p.

APÊNDICES

PESQUISA DE SATISFAÇÃO DE CLIENTES

Questionário para avaliação da qualidade de atendimento nos serviços prestados pela empresa Urbano Agroindustrial Ltda, para o desenvolvimento do Relatório de Estágio para obtenção do grau de Bacharel em Secretariado Executivo da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC, pela acadêmica Tamara Córneo. Suas informações serão mantidas em absoluto sigilo.

IDADE:
SEXO:
DATA:

Item	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não aplicável
01 – Qualidade no atendimento na recepção da empresa						
02 – Qualidade no atendimento a domicílio						
03 - Assistência Técnica (consulta e atendimento técnico)						
04 - Preços praticados						
05 - Condições de pagamento						
06 - Qualidade no atendimento da equipe de vendas do produto						
07 - Qualidade no atendimento dos vendedores externos e representantes						
08 - Conhecimento do produto por parte dos vendedores/ representantes						
09 - Facilidade de contato com a empresa e retorno das informações						
10 - De uma forma qual o seu grau de satisfação com a Urbano						

Muito obrigada pela atenção!